

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Teori.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 CMC (<i>Computer Mediated Communication</i>)	18
2.2 Media Sosial.....	19
2.3 Instagram	23
2.4 Instagram Stories.....	25
2.4.1 Fitur-Fitur Instagram Stories	26
2.5 Penelitian Sebelumnya	34
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian.....	38
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Lokasi Penelitian.....	38
3.5 Populasi	39
3.6 Sampel dan Teknik Sampling	40
3.7 Sumber Data.....	40

3.7.1 Data Primer.....	42
3.7.2 Data Sekunder.....	42
3.8 Instrument Penelitian	42
3.9 Variabel Penelitian	43
3.10 Indikator Penelitian	44
3.10.1 Definisi Konseptual	44
3.10.2 Definisi Oprasional	45
3.11 Teknik Pengumpulan Data	49
3.11.1 Kuesioner	50
3.11.2 Studi Kepustakaan	50
3.12 Validitas dan Reliabilitas Data	51
3.13 Teknik Analisis Data	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Deskripsi Data Responden	63
4.2 Penggunaan Media	66
4.3 Hasil Analisis Data	73
4.4 Pembahasan	107
BAB V PENUTUP	114
5.1 Kesimpulan	114
5.2 Saran	116
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Gambaran Populasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi	40
Tabel 3.3 Skoring Skala Likert.....	43
Tabel 3.4 Definisi Operasional.....	46
Tabel 3.5 Validitas Variabel X.....	52
Tabel 3.6 Validitas Variabel Y	54
Tabel 3.7 Reliabilitas Variabel.....	57
Tabel 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.	63
Tabel 4.2 Deskripsi Responden berdasarkan Usia	64
Tabel 4.3 Deskripsi Responden berdasarkan Angkatan Responden	65
Tabel 4.4 Lama Penggunaan Instagram Stories	66
Tabel 4.5 Frekuensi Menggunakan Instagram Stories	67
Tabel 4.6 Frekuensi Mengunggah Stories.....	68
Tabel 4.7 Frekuensi Melihat Stories Orang Lain	69
Tabel 4.8 Durasi Penggunaan Instagram Stories.....	70
Tabel 4.9 Konten Instagram Stories	71
Tabel 4.10 Respon terhadap Motif Informasi	73
Tabel 4.11 Respon terhadap Motif Identitas Pribadi	76
Tabel 4.12 Respon terhadap Motif Integritas dan Interaksi Sosial.....	79
Tabel 4.13 Respon terhadap Motif Hiburan.....	82
Tabel 4.14 Hasil Setiap Indikator Motif	85
Tabel 4.15 Respon terhadap kepuasan Informasi.....	86
Tabel 4.16 Respon terhadap kepuasan Identitas Pribadi.....	89

Tabel 4.17 Respon terhadap kepuasan Integritas dan Interaksi Sosial	91
Tabel 4.18 Respon terhadap kepuasan Hiburan	95
Tabel 4.19 Hasil dari setiap indikator Kepuasan	98
Tabel 4.20 Analisis Kesenjangan	99
Tabel 4.21 Hasil rata-rata Variabel.....	101
Tabel 4.21 Hasil Korelasi Product Moment.....	100
Tabel 4.23 Persamaan Regresi Linear sederhana	103
Tabel 4.24 Koefisien Determinasi	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Pengguna Aktif Sosial Media.....	3
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Instagram Stories	4
Gambar 1.3 Pekerjaan Pengguna Instagram Stories	6
Gambar 1.4 Intensitas Mengakses Instagram.....	6
Gambar 1.5 Bagan Teori Uses and Gratification	11
Gambar 2.1 Fitur text.....	27
Gambar 2.2 Fitur Mention.....	28
Gambar 2.3 Fitur Boomerang.....	28
Gambar 2.4 Fitur Swipe Up	29
Gambar 2.5 Fitur Stiker Quiz	30
Gambar 2.6 Fitur GIF	30
Gambar 2.7 Fitur Live.....	31
Gambar 2.8 Fitur Filter	32
Gambar 2.9 Fitur Rewind dan Handsfree	32
Gambar 2.10 Fitur Polling.....	33
Gambar 2.11 Fitur Superzoom	33

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin maju saat ini telah memudahkan manusia untuk berkomunikasi, salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial. Salah satu media sosial yang sedang diminati untuk digunakan berkomunikasi adalah Instagram. Fitur Instagram yang paling berkontribusi dalam peningkatan penggunaan Instagram adalah Instagram Stories, yang memungkinkan penggunaannya berbagi aktifitas sehari-harinya maupun referensi melalui foto ataupun video dengan orang lain yang hanya dapat dilihat dalam waktu 24 jam. Dimana dalam menggunakan Instagram Stories, para pengguna memiliki motif-motif tertentu untuk memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dan kepuasan mahasiswa dalam menggunakan Instagram Stories, serta mengetahui pengaruh motif dalam menggunakan Instagram Stories terhadap kepuasan mahasiswa. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *CMC(Computer Mediated Communication)*, dan *uses and gratification*. Dalam mencapai tujuan penelitian, penulis menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Sampel yang digunakan sebanyak 83 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta angkatan 2016-2018, dengan teknik *sampling purposive*. Berdasarkan uji statistik yang telah dilakukan dengan menggunakan alat bantu *software SPSS 20.0*, menunjukkan bahwa motif penggunaan Instagram Stories memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Yogyakarta angkatan 2016-2018. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil perhitungan regresi linier sederhana, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana angka $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Selain itu, secara keseluruhan Instagram Stories dapat memenuhi kepuasan responden, yang ditunjukkan dari $G_S < G_O$.

Kata Kunci: Instagram Stories, Motif, Kepuasan

ABSTRAC

The development of increasingly information and communication technology nowadays makes it easier for humans to communicate, one of which is to use social media. One of the social media that is in demand for communication is Instagram. The Instagram feature that most contributes to increasing Instagram usage is Instagram Stories, which allows users to share their daily activities as well as references through photos or videos with others that can only be seen within 24 hours. Where in using Instagram Stories, users have certain motives to meet their needs. This study aims to determine the motives and the satisfaction experienced used by students, and to know the effect of motives in using Instagram Stories on student satisfaction. The theory used in this study is CMC (the uses and gratification theory, which essentially means that the audience is basically in consuming media based on certain motives. In achieving the objectives of the study, the authors used a quantitative method with a survey approach and used a questionnaire as an instrument for data collection. The sample used was 83 students of UPN "Veteran" Yogyakarta Communication Sciences class of 2016-2018, with purposive sampling technique. Based on statistical tests that have been carried out using the SPSS 20.0 softwares tool, it shows that the motives for using Instagram Stories have an influence on the satisfaction students of Communication Science UPN "Veteran" Yogyakarta in the 2016-2018. This is shown from the results of simple linier regression obtained a significance value of 0,000 where the number $0,000 < 0,05$ so that it can be stated that H_0 is rejected and H_a is accepted. This means that there is a motive influence on the use of Instagram Stories on the satisfaction students of Communication Science UPN "Veteran" Yogyakarta in the 2016-2018. In addition, overall Instagram Stories can meet respondent satisfaction, which is indicated by $GS < GO$.

Keywords: Instagram Stories, Motives, Satisfaction

